

**STRATEGI *MARKETTING COMMUNICATION* SILHOUETTE EVENT
ORGANIZER (PT. AKUSARA MITRA SADAJIWA) DALAM
MENGOPTIMALKAN PELAYANAN TERHADAP MITRA KERJA**

¹Anindita Rizky Utaminingtyas, ²Zon Vanel, S.Sos, M.Si.

ABSTRACT

The purpose of this research is to describe marketing communication strategy Silhouette Event Organizer in optimizing service to partners. In establishing marketing communication, Silhouette first develops the objectives as well as analyzes the existing stakeholders in every event implementation. Researchers use the instrument of Customer Relationship Management to more details can analyze how the service provided Silhouette to partners. The CRM components analyzed include internal event management, event product identification, product service differentiation, event interaction, traits personality, operational and organizing, analytical feasibility studies to technological collaboration. The ability to lobby and negotiate with sponsorships or participants of the Event is key to the success of the company.

Keywords: *Event Organizer, Marketing Communication, Customer Relationship Management*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *marketing communication* Silhouette Event Organizer dalam mengoptimalkan pelayanan terhadap mitra kerja. Dalam menetapkan *marketing communication*, Silhouette terlebih dahulu menyusun tujuan sasaran serta menganalisis pemangku kepentingan yang ada di dalam setiap pelaksanaan *event*. Peneliti menggunakan instrumen *Customer Relationship Management* untuk secara lebih detail dapat menganalisis bagaimana pelayanan yang diberikan Silhouette kepada mitra kerja. Komponen CRM yang dianalisis meliputi *internal management event*, mengidentifikasi produk *event*, mengetahui diferensiasi produk jasa, interaksi *event*, personalitas *traits*, *operational and organizing*, *analytical* studi kelayakan hingga kolaborasi teknologi yang dipakai. Kemampuan untuk melobi dan bernegosiasi dengan para *sponsorship* atau peserta dari Event tersebut adalah hal kunci dari keberhasilan perusahaan.

Kata Kunci: *Event Organizer, Marketing Communication, Customer Relationship Management*

¹ Mahasiswa Jurusan Public Relations, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana

² Staff Pengajar Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana

